



BEVÆG
DIG FOR
LIVET

DANMARK PADLER MANUAL TIL DEN GODE MARKEDSFØRING

Denne manual giver et overblik over, hvad I som klub kan gøre for at optimere markedsføringen omkring jeres Danmark Padler arrangement. Manualen er delt op i planlægning og gode råd til eksekveringen af markedsføringspakken.



dansk kano &
kajak forbund



Planlægning

En god markedsføring kræver planlægning. Start derfor med at udpege 2-3 personer i klubben, der har ansvaret for markedsføringen. På den måde gør I det også nemmere for jer selv - og I ved, hvem der er ansvarlig.

Hvad skal I tænke på, inden I begynder markedsføringen?

Inden I begynder på markedsføringen, så skal I sikre jer, at der er styr på alle de praktiske ting til selve arrangementet. Når der er styr på praktikken kan I planlægge markedsføringen. Tænk her over:

- Hvor mange ressourcer har vi til rådighed til markedsføringen? (Økonomiske, fysiske, menneskelige)
- Hvilke tiltag vil vi benytte? (Netværk, plakater, flyers, lokalpresse, annoncer, hjemmeside, Facebook mv.)
- Hvornår skal de forskellige tiltag eksekveres - og hvordan passer de sammen?
- Find ansvarlige for hvert markedsføringstiltag

Hvornår skal markedsføringen begynde?

Vi anbefaler, at jeres markedsføring begynder 4 uger inden jeres arrangement. Det giver jer muligheden for både at skrue lidt op og ned for mængden af markedsføring ud fra målgruppens interesse for jeres arrangement.

Hvilke markedsføringstiltag laver Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP?

Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP markedsfører i fællesskab Danmark Padler på forskellige kanaler. Det indebærer bl.a. Facebook, instagram, google og i pressen.

Kampagnen er med til at skabe generelt kendskab i befolkningen, og vi synliggør i kampagnen vores Danmarkskort, hvor alle arrangementer under Danmark Padler synliggøres.

Den klart mest effektive markedsføring er dog klubbens egen. Her følger derfor en gennemgang af den markedsføringspakke, som vi har udarbejdet til jer - med gode råd til brugen af materialerne.

Vores pakke er ikke en facitliste, men en hjælp til jer. Tiltag, hvor der tænkes ud af boksen er ofte dem, der giver de bedste resultater. Så brug gerne fantasien og find gerne alternative måder at skabe opmærksomhed på.

Markedsføringskanaler

Her er gode råd til jeres lokale markedsføring.

Plakater

Vi har udarbejdet plakater, som I selv kan printe. Plakaterne har skrivbare felter, hvor det er muligt at indsætte jeres oplysninger.

Plakaterne kan hænges op på diverse opslagstavler i lokalområdet. Det kan være i supermarkeder, uddannelses- og fritidsinstitutioner eller andre steder, hvor I ved, det skaber synlighed. Er I medlem af en flerstrengt idrætsforening, vil det være oplagt at hænge plakaterne i faciliteterne - det kan være hallen, fitnesscenter eller lignende.

Netværk

Få medlemmerne til at støtte op om arrangementet ved selv at deltage og invitere deres familie og venner. I kan give medlemmerne et incitament til at medbringe deltagere via en hvervekampagne, hvor de f.eks. belønnes med et eller andet for hver deltager de medbringer eller nyt medlem de får til at melde sig ind på dagen.

Der kan være en større præmie til det medlem, der skaffer flest nye medlemmer på dagen.

Husk at markedsføre Danmark Padler-arrangementet over for klubbens sponsorer og samarbejdspartnere - måske de vil være med på dagen med en roll-up, så de også får synlighed til arrangementet

[Find plakaterne her](#)



Så besøg os >>XXXdag den X. maj 2022 kl. XX-XX<<

Alle kan være med, så du møder bare op.
Vi har det udstyr, du skal bruge. Vi ses :)

>>XXX Kajakklub
XXXgade 40
8888 XXX<<

Se mere på bevægdigforlivet.dk/danmarkpadler

Sammen om et aktivt Danmark - bevæg dig for livet

TrykFonden YSRSSN DGI DIF

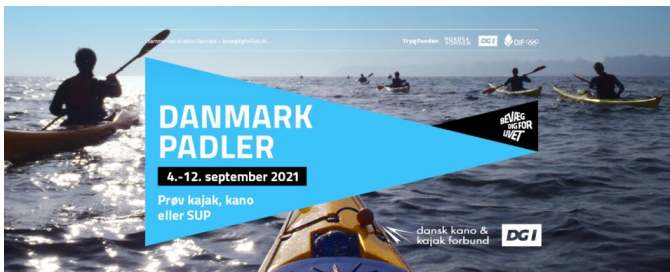




Facebookside og -begivenheder

Hvis jeres klub har en Facebookside, så vil det være oplagt at sætte en nyhed på siden - og oprette en begivenhed. I kan opfordre medlemmerne til at dele det, som I lægger på de sociale medier.

En Facebookbegivenhed er god, fordi I kan nå ud til mange mennesker uden at bruge penge. Trykker jeg f.eks. deltager på jeres begivenhed, så får mine venner en notifikation, om det også er noget, der er relevant for dem. På den måde når I ikke kun ud til mig - men også til en stor del af mit netværk. Vi har lavet et coverbillede som I kan bruge til begivenheden.



Facebookkannonce

For et relativt lille beløb kan I også lave en Facebookannonce for jeres arrangement, som er henvendt specifikt til folk i jeres lokalområde. Det vil være oplagt at afsætte lidt økonomi til en facebookannonce, som kan køre 1-2 uger op til jeres arrangement. Det kan være alt fra 150-500 kr. - mere behøves I ikke bruge.

"Det sker i..."-grupper

Næsten alle byer har lokale bygrupper på Facebook. Det kunne være "det sker i Aalborg" eller lignende. Sørg for at dele jeres arrangement herinde. Der er I sikre på, at det er folk i lokalområdet, der ser opslaget.

Hvis der er tale om en Facebook-gruppe, så husk anmodningen om at blive medlem af denne for at kunne lave et opslag på siden - det går normalt hurtigt.

Presse

Helt grundlæggende kan man gøre lokalpressen opmærksom på arrangementet ved at udsende en pressemeddelelse. Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP har udarbejdet en pressemeddelelse, som I kan tage udgangspunkt i.

Hvis I skal øge jeres sandsynlighed for at komme i pressen, så vedlæg billedemateriale, og skriv pressemeddelelsen i artikelform, så det er nemt for journalisten at kopiere. Det skal selvfølgelig være relevant for avisens læsere, så hvis I kan finde en interessant vinkel og har én i klubben, der skriver godt, er det forsøget værd.

Vær opmærksom på, at hvis I ønsker jeres pressemeddelelse i den fysiske avis, så skal de fleste medier modtage pressemeddelelsen torsdag i ugen inden I ønsker den trykt.

Sådan kan I gøre det

To uger før begivenheden: Find mailadresser på alle lokalmedier. Send en kort mail/pressemeddelelse, der ridser situationen op: Arrangement, dato, tid etc. og bliv inspireret af skabelonen fra [Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP](#). Følg op dagen efter over telefon.

Forsøg at få en journalist og/eller fotograf til at kigge forbi.

- Lok med forplejning.
- Få eventuelt arrangeret, at I selv tager billeder fra arrangementet.
- Fortæl endelig over telefonen, hvis der er noget spændende at berette; hvis I har revolutionerende initiativer i det kommende år - eller hvis I måske har ambitioner om nye projekter.

Efter jeres event

Efterfølgende: Send reportage og billeder til frit redaktionelt brug til et udvalgt lokalmedie. Vi har også lavet et udkast, som I kan gøre brug af. På den måde kan I få omtale af jeres arrangement efterfølgende også.

Vi glæder os til at følge med i jeres markedsføring - så vi i fællesskab kan få skabt en masse gode arrangementer under Danmark Padler.

Hjemmesiden

- Læg jeres arrangement i onlinekalenderen på hjemmesiden, så snart I har planlagt det - og senest 1 måned inden jeres arrangement
- Annoncer på jeres hjemmeside, at I laver et arrangement under Danmark Padler - gerne som en nyhed med billede og logoer
- Nogle kommuner har også sin egen hjemmeside, hvor der bringes nyheder om lokale aktiviteter - og hvor de mange steder også har en kalender. Send et indlæg afsted, så arrangementet kan komme i deres kalender
- Mange lokalområder har desuden hjemmesider, der er interesserede i indhold om lokale aktiviteter. Som med andre medier, så kan det være en fordel at have lavet et færdigt indlæg - klar til at blive lagt på hjemmesiden - helst med billede

I [Bevæg dig for livet](#) har vi desuden nogle [visionskommuner](#), som arbejder aktivt med forskellige dagsordener. Mange af dem har også en Facebookside, hvor de måske vil være interesseret i at promovere jeres arrangement. Tag kontakt til dem for at høre.

Kommunikation efter jeres event

Sørg for også at have en kommunikationsplan klar efter jeres event. Det vil være oplagt på dagen at få mailadresser på de deltagere, der er interesseret i at høre mere om jeres tilbud i klubben. Send dem gerne en mail efterfølgende, hvor I siger tak for deres deltagelse, og nævner de tilbud, som de kan benytte sig af i klubben - f.eks. et kommende introforløb.

Sørg også for at lægge billeder fra dagen op på jeres Facebookside, og få sendt en efterfølgende pressemeddelelse afsted til lokalpressen, hvor I også vedhæfter billeder.

Vi vil også rigtig gerne modtage billeder hurtigst muligt efter jeres arrangement, så vi kan vise al den aktivitet der foregår under Danmark Padler. Det vil ske via opslag på sociale medier.

Send billeder og tekst om jeres arrangement til Martin Vestergaard Jensen på martin.vestergaard.jensen@dgi.dk.

Vi ønsker jer alle sammen et rigtig godt arrangement under Danmark Padler, hvor vi glæder os til - i fællesskab med jer - at skabe masser af aktivitet på vandet for danskerne.

/Hele teamet bag Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP



Medarbejdere i Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP



Astrid Hjort
Partnerskaber

Tlf:

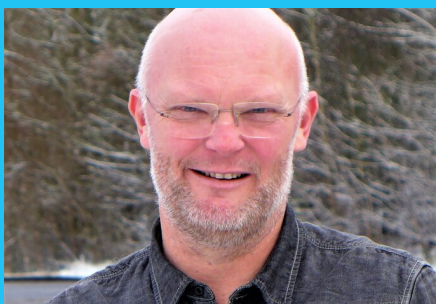
E-mail: astrid.hjorth@bevaegdigforlivet.dk



Bjørn Thomsen
Konsulent

Tlf: 2324 0433

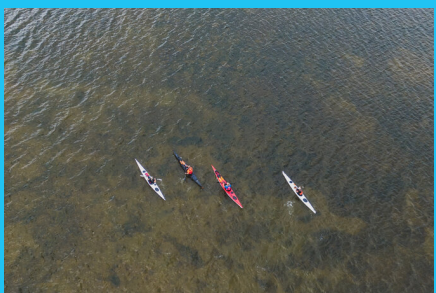
E-mail: bt@kano-kajak.dk



Chresten Krogh
Konsulent

Tlf: 2674 0538

E-mail: chresten.krogh@bevaegdigforlivet.dk



Christian Moestrup
Kommunikation

Tlf: 7940 4878

E-mail: christian.moestrup.andersen@dgi.dk



Jimmy Langelund
Kommunikation

Tlf: 7940 4858

E-mail: jimmy.langelund@dgi.dk



Lars Jørgensen
Konsulent

Tlf: 2913 1483

E-mail: lars.joergensen@dgi.dk



Martin Vestergaard
Kommunikation - Danmark Padler

Tlf: 2934 9221

E-mail: martin.vestergaard.jensen@dgi.dk



Poul Danborg
Projektleder

Tlf: 4412 2396

E-mail: pd@kano-kajak.dk



Silas Kraul
Konsulent

Tlf: 2871 7572

E-mail: sk@kano-kajak.dk

Hvem er Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP?

Kano-, SUP- og kajakporten er i rivende udvikling med flere aktive roere og medlemmer i kano- og kajakklubberne. Bevæg dig for livet – Kano, kajak og SUP vil gerne bidrage til, at endnu flere kommer på vandet.

Bevæg dig for livet - Kano, kajak og SUP er et samarbejde mellem DGI og Dansk Kano og Kajak Forbund med det formål at få flere mennesker til at dyrke kano, kajak og SUP. Vi er en del af den nationale Vision 25-50-75.

Vi støtter kano- og kajakklubber, der gerne vil tiltrække og fastholde medlemmer. Samtidigt samarbejder vi med kommercielle aktører og andre partnere om at give flere mennesker mulighed for at prøve kræfter med kano-, kajak- og SUP sporten.

Vi giver begyndere og motionsinteresserede gode oplevelser på vandet og hjælper selvorganiserede til at blive bedre roere.

BEVÆG
DIG FOR
LIVET

Sammen om et aktivt Danmark
bevægdigforlivet.dk

TrygFonden

NORDEA
FONDEN

DGI

